

DAFTAR PUSTAKA

- abshor, M. U. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Torabika Duo. *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Torabika Duo (Studi Kasus Di Area Kabupaten Demak)*.
- Agustina, I., Wirawan, R., & Irdiana, S. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Di Kecamatan Lumajang. *Proceedings Progress Conference*, 1(1), 255–261.
- Citra Kunia Putri Dan Trisna Insan Noor, 2011. (2013). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cudbury. In *Analisis Pendapat Dan Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Petani* (Vol. 53, Issue 9).
- Dr. Rorim Panday, M.M., M. T. (2019). *Metodologi Penelitian Teori Dan Aplikasi Menggunakan Multivariat* (F. T. Septiono (Ed.)).
- Haris, Yunita, 2018. (2018). *Pengaruh Penerapan Relationship Marketing Dan Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Toko Ritel Indomaret Di Kota Makassar*.
- Hughes, R. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Adidas Di Surabaya Artikel. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 287.
- Isa, Muhammad, Lubis, H. A., & Lubis, I. S. (2020). Pengaruh Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rahmat Syariah Swalayan City Walk Padangsidimpuan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V3i1.123>
- Isa, Muzakar, & Istikomah, R. (2018). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan Di Kota Surakarta*. 98–110.
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi,

Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 5955. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2018.V07.I11.P06>

- Maria, N. (2017). *Penaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pelnas Pt. Duta Bahari Sentosa*. 7(Agustus), 33–42.
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 45–52.
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna JNE Express Di Surabaya Selatan) (The Effect Of Brand Awareness And Brand Image On Purchasing Decisions (Study Of JNE Express Users In South Surabaya)). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, VII(1), 25–29.
- Rokhim, A., N, R., & Slamet, A. R. (2016). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 82–94.
- Salman Paludi, P. G. R. Dan E. S. S. (2018). *Pengaruh Harga Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Km. Dorolonda Pt. Pelnas (Jakarta-Makassar)*.
- Saputra, A. O., Hidayat, W., & Listyorini, S. (2016). Pengaruh Harga , Promosi , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Ahas 0002 Astra Motor Siliwangi Semarang). *Service Quality Dan Customers Satisfaction*, 1, 2–9.
- Solihin, W. A., Tewal, B., Wenas, R., Sikap, P., Dan, K., Hidup, G., Keputusan, T., Pada, S., Unsrat, M., Manado, D. I., & Wenas, R. (2020). *Pembelian Smartphone The Influence Of Consumer Attitude And Lifestyle On Smartphone Purchase Decision (Study On Unsrat In Manado)*. 8(1), 511–520.

Sugiyono. (2013). *No Title*. X, 27–42.

Sujarweni. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS DAN EKONOMI PENDEKATAN KUANTITATIF*.

TAJUDIN, M. H., & MULAID, A. S. (2017). Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 19–46.
<https://doi.org/10.32678/Ijei.V8i1.64>

Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. ANDI.

Wiratna Sujarweni. (2015). *STATISTIK Untuk BISNIS & EKONOMI*.

